

СООБЩЕНИЯ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ИССЛЕДОВАНИЙ

УДК 81

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА В ТУРИСТИЧЕСКОЙ БРОШЮРЕ И МОБИЛЬНОМ ПРИЛОЖЕНИИ

М.А. Исаков, Е.М. Исакова

Тверской государственный университет, Тверь

В статье рассматриваются способы применения специфических средств репрезентации города и региона в историко-туристическом издании, а также предлагаются способы реализации материала печатного издания в виде мобильного информационно-развлекательного приложения

Ключевые слова: язык туризма, мотивы коммуникации, средства языковой репрезентации.

Популярность мобильных приложений, онлайн-версий печатных изданий и интернет сайтов как образовательных учреждений, так и туристических направлений, делает целесообразным создание, использование и продвижение так называемых интернет-брошюр. Интернет-брошюра может существовать как в виде точной копии печатного издания, так и в виде самостоятельного ресурса. В данной работе мы рассмотрим некоторые аспекты языка туризма. Подробнее с конкретными примерами можно ознакомиться в двуязычном издании «Тверь древняя и вечно молодая», выпущенном ООО «ТУШ» при поддержке Администрации г. Твери в 2015 году. В настоящее время разрабатывается проект интернет-брошюры и мобильного приложения на основе печатного издания.

В рассматриваемом тексте интернет-брошюры возможно использование следующей репрезентации времени.

1. Отрицание времени, предполагающее путешествие во времени. Например: «Despite its venerable age, Tver looks astonishingly good, it is growing, beautifying and pleasing us with vigorous fervour of the ancient, but ever young city.» (*Несмотря на свой почтенный возраст, Тверь удивительно хорошо выглядит, растёт, украшается и радуется нас бодрым задором древнего, но вечно молодого города*).

В результате употребления подобного приёма, создаётся эффект путешествия по земле, неподвластной времени, в первую очередь его разрушительной силе [3, 134]. Данный приём тесно связан со следующим проявлением языка туризма (см. пункт 2).

2. Связь с прошлым. «The album you are holding offers more than just a tour of the old and new Tver, but the invitation to go sailing down the river of memories from the source to the yet invisible mouth. » (*Предлагаемый альбом – не прогулки по старой и новой Твери, а приглашение к путешествию по реке памяти от истока к невидимому пока устью*); «The centuries-old history of our city is reflected in the richest heritage – chronicles, acts, official records, ecclesiastic and secular literature, arts and crafts artefacts, architecture, paintings, photos, the seals and coins. » (*Многовековая история нашего города отражена в богатейшем наследии – летописях, актах, документах делопроизводства, духовной и светской литературе, памятниках декоративно-прикладного искусства, архитектурных сооружениях, живописных полотнах, фотографиях, печатях и монетах*).

Опрос граждан США, Великобритании и Швеции, ознакомившихся с изданием, показал заинтересованность респондентов в исторической информации,

представленной в нём. Отметим, однако, что отдельные сведения, содержащиеся в издании, являются скорее историческими гипотезами, чем научно подтверждёнными фактами. Так, вопрос о точном месте Бортеневской битвы (1317 год) всё ещё вызывает споры среди специалистов.

Проведённый опрос не был должным образом формализован. Респонденты читали книгу заранее, поэтому не известно наверняка, каким фрагментам уделялось больше внимания, какие, возможно, вызвали затруднения. При работе с интернет-брошюрой и мобильным приложением можно точно отслеживать активность пользователя, в том числе с помощью технологий Eye Tracking и Mouse/Tap Tracking; первая отслеживает движения глаз пользователя, вторая — движения мыши или нажатия на сенсорный экран. Указанные технологии, наряду с другими современными техническими решениями (геопозиционирование, дополненная реальность), следует включить в мобильное приложение.

История в рассматриваемом тексте не только существует в памятниках культуры, но является живой и подвижной субстанцией. Образ истории одушевлён и поэтому привлекателен. В издании также сделаны ссылки на путешественников прошлого и их впечатления о городе:

«Tver, a small place, similar to the previous (Torzhok). It lies on the Volga River, on both of its banks. On the low (left) bank there are 4–5 townlets or villages, each with its own church; on another, steep bank, there is a castle...the fortress, fortifications, as everywhere else, are wooden, very desolate, we were not allowed in there. There lives the voivode, there is also the main market and most of the citizens's houses». Nicolaes Witsen, Dutch traveler». *(Тверь, городишко, похожий на предыдущий (Торжок). Он лежит на реке Волге, на обеих её берегах. На низком (левом) берегу расположены 4–5 городишек или деревушек, каждый со своей церковью; на другом, высоком, находится замок, а также основная часть города. На берегу – крепость, укрепления, как повсюду, из дерева, весьма запущенные, нас туда не пустили. Там живёт воевода и там же – главный рынок и большая часть жилищ горожан). Николаас Витсен, голландский путешественник).*

То, что голландского инженера, картографа и политика, впоследствии занявшего пост бургомистра Амстердама, не допустили до осмотра военных укреплений, свидетельствует о том, что гарнизон нёс службу с должной бдительностью. Это, к счастью, не помешало Витсену составить общий план Твери – одно из наиболее ранних изображений города.

Реализация приёма дифференциации достигается за счёт использования следующих экспрессивных средств и стилистических приёмов.

М е т а ф о р а : «Modern map of the city has not preserved its medieval look» (*Современная планировка города не сохранила его средневековый вид*); «Amongst the Tver's jewels is one its central squares, which had changed names in the past two hundred years, being Octagonal, Fountain, Monumental, Court, Truth, and Lenina» (*Украшением Твери является одна из её центральных площадей, сменившая за двести лет несколько названий, побывав и Восьмиугольной, и Фонтанной, и Монументальной, и Судебной, и Правды, и Ленина*); «If architecture is "frozen music", then Pyotr Nikitin and Matvei Kazakov's symphony has been playing over Tver for two centuries now; they were outstanding Russian architects of the 18th century» (*Если архитектура – «застывшая музыка», то над Тверью уже два столетия звучит симфония Петра Никитина и Матвея Казакова, выдающихся русских архитекторов XVIII в.*);

Э п и т е т : «Tver's ribbon façade» (*Тверская «единая фасада»*), «the finest extant piece of residential architecture in Tver, the remarkable model of the urban construction»

(лучший из сохранившихся в Твери памятников жилой архитектуры, замечательный образец городской постройки);

С р а в н е н и е : «In Russian military history revetments and log walls were not a bit less effective than stone walls of European castles» (*В русской военной истории земляные насыпи и рубленые стены защищали не хуже, чем каменные стены европейских замков*).

Подтверждение привлекательности туристического направления со стороны известных личностей выражено, в частности, так:

«From Tver Empress Catherine the Great began the famous Volga tour, aboard the ship called "Tver", and rightfully considered Tver "after St. Petersburg, the most beautiful city of the Empire"» (*Из Твери императрица Екатерина II начала своё знаменитое путешествие по Волге на корабле, который носил имя «Тверь», и совершенно справедливо считала Тверь «после Петербурга наиболее красивым городом империи»*).

Значительное место в предложенном тексте занимает репрезентация местных жителей, жителей других регионов и самого региона. Так, более половины опрошенных (16 из 22 человек) отмечают, что важным фактором в выборе туристического направления является описание особенностей местности и местных жителей. В создании предпосылок к успешной коммуникации местный житель – турист используют следующие мотивы.

Мотив гордости: «Tver is elder, Tver is wealthy» – an old ballad says about our city. Living in Tver was an advantage. The intersection of trade routes, strong ducal power, that would not allow turmoil, and high level of education – all those attracted lots of people» (*«Тверь старая, Тверь богатая» – так называли наш город в старинной народной песне. Жить в Твери было выгодно. Перекрёсток торговых путей, сильная княжеская власть, не допускавшая беспорядка, и высокая книжная культура – всё это привлекало людей*).

Мотив уникального культурного наследия: «For the European standards, medieval Tver was a very large city; the people were engaged in making ceramics, jewelry, weaponsmithing, tanning, ironmongery, gunsmithing, shipbuilding and masonry. Commercial relations of Tver's merchants still impress with their scope. Tver minted its own silver and copper coin, maintained well-armed troops» (*По европейским меркам, средневековая Тверь – очень крупный город, жители которого изготавливали керамику, ювелирные украшения, оружие, выделывали кожи, содержали кузни, оружейные мастерские, строили речные суда и храмы. Торговые связи тверских купцов до сих пор впечатляют своим размахом. Тверь чеканила серебряную и медную монету, содержала хорошо вооружённое войско.*);

Мотив подлинности и аутентичности в изображении местных жителей, региональная идентичность: «People in Tver were often thinking and acting differently than those in the metropolitan offices, and this was not just due to provincial obstinacy. Every move had careful considerations behind as well as rich local tradition: noble, merchant, territorial» (*В Твери часто думали и поступали иначе, чем в столичных кабинетах, и это вовсе не было банальным провинциальным упрямством. За каждым шагом стояли расчёт и богатая местная традиция: дворянская, купеческая, земская.*)

В региональной идентичности сочетаются аспекты собственно пространства (идентичность какая – рязанская, тамбовская) и аспекты внутренней энергетики, «силы» идентичности, где уместен термин «местный патриотизм» [1: 13–23].

Мы видим, что использование различных средств языка туризма направлено на создание положительного образа описываемой территории и символического формирования региона. Многие явления обыденной жизни, такие как, например,

образ местного жителя или популярность тех или иных мест в городе, наполняются новыми смыслами и представляются как значимые особенности территории. Исключительность, подлинность, значимость и знаковость Твери, выделенная и описанная в издании, создаёт предпосылки к укреплению региональной идентичности местных жителей и популяризации региона как туристического направления, обладающего устойчивым положительным имиджем.

Вместе с тем, печатное издание, обладающее характеристиками подарочного, сувенирного изделия (формат А4, масса около 900 грамм, твёрдый переплёт) не очень удобно для использования именно в качестве туристической брошюры. Нам представляется целесообразной разработка и продвижение мобильного приложения с использованием технологий геолокации и дополненной реальности. Пользователь может применять такое приложение в качестве роботизированного гида-переводчика (маршрут задаётся приложением), в качестве справочника (приложение выдаёт оповещения об интересных местах, которые находятся в пределах заданного пользователем диапазона, даёт краткую или развёрнутую справку о них), а также в качестве фотоальбома с технологией дополненной реальности (приложение накладывает на видимое на экране мобильного устройства изображение информацию в том или ином виде, например, фотографии Старого волжского моста с фонарными столбами). Такая подача материала будет не только более удобной и практичной, но и значительно более увлекательной и современной.

Список литературы

1. Крылов, М.П. Структурный анализ российского пространства: культурные регионы и местное самосознание // Культурная география. М.: Институт Наследия, 2001. С. 143–171.
2. Тверь древняя и вечно молодая: альбом. Второе издание дополненное и переработанное. Автор-составитель Лавренев В.И. Тверь: Издатель А.Ушаков, 2015. 144 с.
3. Lash S. Economies of Signs and Space / S. Lash, J. Urry. London: Sage, 1994. 368 p.

LANGUAGE MEANS IN A TOURIST BROCHURE AND A MOBILE APPLICATION

M. Isakov, E. Isakova
Tver State University, Tver

The article addresses ways to employ particular means of representation of city and region in a historic and tourist brochure as well as suggests the ways to use its text to develop a mobile application for tourists and locals.

Keywords: *language of tourism, motifs of communication, means of linguistic representation.*

Об авторах:

ИСАКОВ Максим Александрович – аспирант кафедры теории языка и перевода Тверского государственного университета, e-mail: tdclub@yandex.ru

ИСАКОВА Елена Михайловна – соискатель кафедры английской филологии Тверского государственного университета, e-mail: e.m.isakova@mail.ru